

REPRESENTASI NILAI KESEMPURNAAN, KESATUAN DAN KEBERANIAN PADA LOGO BARU PT. DARTA MEDIA INDONESIA (KASKUS.CO.ID)

(Studi Analisis Semiotik Charles Sanders Peirce Mengenai
Logo Baru Pt. Darta Media Indonesia (Kaskus.Co.Id)
Sebagai *Corporate Identity* Perusahaan)

**Wildan Maulana Firdaus, Kokom Komariah, Centurion Chandratama
Priyatna¹**

wildanmaulanafirdaus@gmail.com; centurion.priyatna@unpad.ac.id

ABSTRACT

This research employed qualitative method with semiotics analysis approach from Charles Sanders Peirce and data is collected by means of media text analysis, documentation and literature studies..

Result shows that the symbol in the logo of KASKUS.CO.ID brand is divided into picture, letter marks, color and composition, in which each category presented its own meaning. New KASKUS.CO.ID logo as a corporate identity is the representation of company's value, namely Unity, perfection and courage. Those values implied in KASKUS' new logo has a philosophy in representing: Perfection where KASKUS want to enhance the site; Unity where KASKUS was built by a community; and Courage where KASKUS is a forum for the community to express their ideas.

It is recommended that in underlining company's vision, the logo should have an additional typographic form of corporate tagline "The Largest Indonesian Forum" attached.

Keywords : Semiotics, Charles Sanders Peirce, Logo, KASKUS

¹ Wildan Maulana Firdaus, Trans TV, Jl. Kapten Tendean Kav. 12-14 A, Mampang Prapatan, Jakarta Selatan, wildanmaulanafirdaus@gmail.com
Centurion Chandratama Priyatna, Prodi Humas, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Padjadjaran, centurion.priyatna@unpad.ac.id

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Pada tanggal 26 Februari 2015 bertepatan dengan Social Media Week 2015, KASKUS secara resmi merubah logo lama mereka dengan logo baru dengan tujuan untuk menciptakan sebuah *Corporate Identity* yang baru. Perubahan logo yang dilakukan berupaya untuk menambah nilai baru dan tujuan baru yang ingin dicapai oleh KASKUS yaitu sebagai perusahaan yang bernilai Kesempurnaan, Kesatuan dan Keberanian.

Kesempurnaan, kesatuan dan keberanian ditanamkan oleh KASKUS dengan memiliki filosofi, Kesempurnaan dimana KASKUS ingin menyempurnakan situsnya, kedua Kesatuan dimana KASKUS dibangun oleh komunitas penggunanya sendiri dan Keberanian dimana KASKUS merupakan forum untuk mengungkapkan ide di dunia nyata. “Nilai Kesempurnaan, Kesatuan dan Keberanian yang ingin ditanamkan oleh KASKUS ini memiliki filosofi yang pertama Kesempurnaan dimana KASKUS ingin menyempurnakan situsnya, kedua Kesatuan dimana

KASKUS dibangun oleh komunitas penggunanya sendiri dan Keberanian dimana KASKUS merupakan forum untuk mengungkapkan ide di dunia nyata. Dengan perubahan logo ini KASKUS ingin meningkatkan value yang sudah ada untuk Kaskuser secara lebih, lebih dan lebih besar lagi”¹

Bila melihat kebelakang pada awal berdirinya KASKUS pada tanggal 6 November 1999, KASKUS merupakan sebuah forum internet yang dibuat oleh tiga pemuda asal Indonesia yang sedang melanjutkan studi di Seattle, Amerika Serikat, mulanya Andrew Darwis, Ronald dan Budi membuat KASKUS untuk memenuhi tugas kuliah mereka. KASKUS sendiri bertujuan untuk mengobati kerinduan mahasiswa Indonesia yang berada di luar negeri melalui konten berita-berita Indonesia yang diterjemahkan. Pada tahun 2008, Andrew Darwis dan Ken Dean Lawadinata memutuskan untuk mengelola KASKUS secara profesional. Situs KASKUS, personel dan infrastruktur yang terkait akhirnya diboyong ke Indonesia pada tahun ini. (<http://help.kaskus.co.id/about/sejara>

¹ Wawancara dengan Quarry Mitratama, PR & Partnership manager Kaskus.co.id, di Kaskus Office, Tanggal 29 September 2015

h_kaskus. diakses Maret 2015)

Dibawah naungan PT. Darta Media Indonesia, sejak tahun 2009 KASKUS menjadi pemain penting di ranah online Indonesia. KASKUS menerima banyak penghargaan diantaranya “The Best Innovation in Marketing” dan “The Best Market Driving Company” oleh Marketing Magazine, dan “The Greatest Brand of the Decade” (2009-2010) oleh Mark Plus Inc. KASKUS dengan bangga berada di peringkat 1 untuk kategori situs komunitas, dan merupakan situs lokal nomor 1 di Indonesia, menurut Alexa. Tahun 2011 KASKUS memulai kemitraannya dengan Global Digital Prima, sebuah perusahaan Indonesia yang berfokus untuk mengembangkan industri digital dan konten lokal Indonesia. Kemitraan ini mendorong pertumbuhan KASKUS yang lebih besar lagi, baik dari sisi infrastruktur, tenaga profesional & jaringan bisnisnya dalam usaha menjadi situs lokal nomor 1 di Indonesia serta pemain global online di dunia. Mengimbangi ekspansi, KASKUS pun memindahkan kantor utamanya ke Menara Palma dan menamakannya

KASKUS Playground. Tanggal 26 Mei 2012 menjadi saksi perjalanan KASKUS dimana KASKUS kembali menggunakan alamat situs resmi Kaskus.com dan Kaskus.co.id, ini dilakukan untuk kembali memperkuat citra KASKUS sebagai situs yang bervisi global namun tetap memiliki identitas Indonesia. Agar senantiasa relevan dengan tren dunia digital, pada Mei 2014 KASKUS kembali meluncurkan versi baru yang dinamakan KASKUS Evolution. Pada versi ini KASKUS tampil lebih fresh, classy dan clean. Membuat navigasi yang lebih intuitif, fitur search yang lebih berkualitas di Forum serta Forum Jual Beli (FJB). Ini dilakukan untuk meningkatkan kenyamanan member KASKUS yang telah mencapai lebih dari 7,8 juta member.

Dengan perubahan logo diharapkan KASKUS menjadi komunitas yang berkembang menjadi komunitas yang lebih besar lagi dan tetap menjadi *The Largest Indonesian Forum*. Saat ini, KASKUS memiliki 30 ribu komunitas yang beragam, mulai dari komunitas seni, otomotif, musik, film, dan sebagainya. Setiap

harinya terdapat lebih dari empat ribu thread baru di Forum dan 28 ribu thread *Want To Sell* (WTS) di Forum Jual Beli. KASKUS tetap eksis saat ini berkat dari keaktifan dari para Kaskuser. Karyawan Kaskuser yang berjumlah lebih dari 120 ini dibantu oleh para moderator yang berjumlah lebih dari 300 untuk mengembangkan KASKUS menjadi platform online yang semakin berkembang di Indonesia.

Konteks keilmuan komunikasi pada penelitian ini terdapat pada bagian ilmu komunikasi visual, Komunikasi visual sesuai namanya adalah komunikasi melalui penglihatan. Komunikasi visual merupakan sebuah rangkaian proses penyampaian kehendak atau maksud tertentu kepada pihak lain dengan menggunakan media penggambaran yang hanya terbaca oleh indera penglihatan. Komunikasi visual mengkombinasikan seni, lambang, tipografi, gambar, desain grafis, ilustrasi dan warna dalam penyampaiannya, seperti dalam perubahan logo

KASKUS.CO.ID terdapat unsur-unsur visual seperti simbol, warna, dan tipografi.

Komunikasi visual memiliki beberapa fungsi, diantaranya sebagai sarana informasi dan instruksi yang bertujuan untuk menunjukkan hubungan antara satu hal dengan hal lain dalam petunjuk arah, skala, dan posisi. Informasi yang dikomunikasikan melalui komunikasi visual akan berguna apabila dilakukan pada waktu yang tepat, orang yang tepat, dalam bentuk yang tepat dan dipresentasikan secara logis dan konsisten. Sebagai sarana presentasi dan promosi untuk menyampaikan pesan, mendapatkan perhatian (atensi) dari mata (visual) dan dapat membuat pesan tersebut dapat diingat. Dalam perkembangannya terdapat berbagai macam contoh komunikasi visual, salah satunya adalah logo.

Logo adalah sebuah simbol yang mengandung banyak arti dan filosofi. Logo menjadi sebuah pengakuan, kebanggaan, inspirasi, kepercayaan, kehormatan,

kesuksesan, loyalitas dan keunggulan, yang tersirat kedalam suatu bentuk atau gambar. Begitu besarnya pengaruh logo bagi perusahaan menimbulkan perusahaan secara sungguh-sungguh menciptakan logo yang akan dipakai. Dari sinilah peran penting sebuah logo.

Sebagai bagian dari perencanaan *Corporate Identity*, logo ibarat bagian tubuh yang mampu mengutarakan isi hati produk atau perusahaan. Dari sisi pemasaran, logo mempunyai fungsi identitas yang membedakan sebuah produk dengan produk lainnya. Kesemuanya itu tidak lepas dari hakikat logo itu sendiri, sebagai sebuah karya seni rupa yang biasa berupa *dwi matra* (dua dimensi) atau *tri matra* (tiga dimensi). Sebagai karya seni rupa, sebuah logo tidak lepas dari elemen-elemen seni rupa dasar yang membentuknya seperti garis, bentuk, warna, ruang, dan tipografi, dalam perencanaan perubahan logo ini, KASKUS menambahkan sebuah nilai pada logo barunya, yaitu

Kesempurnaan, Kesatuan dan Keberanian.

Logo bagi KASKUS adalah pencerminan dari hal-hal yang ideal, yaitu ruang lingkup kerja, visi dan misi serta budaya perusahaan. Penggunaan logo bagi sebuah perusahaan dinilai penting karena logo merupakan sebuah *image* yang akan meyakinkan calon konsumen, pelanggan maupun investor sebelum menggunakan jasa atau menjalin kerjasama. Dimana unsur logo sebuah perusahaan dalam setiap warna maupun sketsa logo tersebut mewakili kepribadian dari perusahaan.

“Logo bagi kami adalah cermin dari perusahaan, yaitu lingkup kerja, visi dan misi serta budaya perusahaan, logo sangat penting karena merupakan sebuah *image* yang meyakinkan calon konsumen maupun seluruh stakeholder, logo harus mewakili kepribadian perusahaan”¹

Logo merupakan cerminan dari realitas pada diri seseorang atau sebuah perusahaan dengan menggunakan symbol maupun tanda tertentu. Sebagai alat cerminan

¹ Wawancara dengan Quarry Mitratama, PR & Partnership manager Kaskus.co.id, di Kaskus Office, Tanggal 29 September 2015

realitas simbol dapat menggambarkan dan menentukan citra yang akan muncul dimata khalayak melalui penyusunan sebuah simbol dan ikon. Peran pemilihan warna pun turut mendukung terciptanya sebuah citra tertentu berdasarkan sebuah warna dilihat dari mata khalayak. Dari hal tersebut dapat dilihat bahwa logo dikomunikasikan melalui seperangkat tanda atau simbol. Logo merupakan bagian dari komunikasi. Logo dapat mengkomunikasikan kepada masyarakat bahwa perusahaan tersebut telah mengalami perubahan atau perkembangan, baik dari segi manajemen, ekspansi bisnis dan sebagainya.

Perubahan logo pada umumnya mengandung tujuan dan makna tertentu, oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti perubahan logo KASKUS.CO.ID yang baru diluncurkan pada awal tahun 2015 ini. Maka peneliti akan berusaha mengkaji lebih jauh mengenai simbol yang terkandung dalam logo KASKUS.CO.ID dengan menggunakan analisis semiotika

Dalam hal ini peneliti tertarik untuk membahas mengenai

analisis semiotika logo baru KASKUS dengan analisis semiotika dari Charles Sanders Peirce. Pada penelitian ini penulis mencoba meneliti simbol simbol dan makna simbol yang terdapat dalam logo baru KASKUS. Penelitian ini memfokuskan pada empat unsur dalam sebuah logo yaitu *picture mark*, *letter mark*, warna, dan komposisi dalam merepresentasikan *corporate identity* Kaskus yaitu kesempurnaan, kesatuan, dan keberanian.

TINJAUAN PUSTAKA

Logo

Logo atau gambar (*picture*) merupakan identitas yang diperlukan untuk menggambarkan citra dan karakter suatu lembaga atau perusahaan maupun organisasi Disamping menjadi tanda pengenal yang segera membawa imajinasi seseorang kepada pemilik logo itu. Logo haruslah membawa pesan yang besar dalam ruangan yang sempit.

Unsur bentuk logo dapat

dipilah-pilah menjadi empat kelompok. Namun demikian, kelompok-kelompok tersebut bisa digabungkan sehingga mengandung unsur campuran yaitu

(1) Logo dalam bentuk alphabetical yaitu logo yang terdiri dari bentuk huruf huruf atau dimaksudkan untuk menggambar bentuk huruf dan kombinasi dari bentuk huruf. Kelompok ini merupakan jumlah yang paling banyak dan merupakan trend baru (2) Logo dalam benda konkret yaitu logo yang terdiri dari bentuk-bentuk konkret atau nyata seperti manusia, (seseorang tokoh, bentuk tubuh yang menarik), bentuk binatang, tanaman, peralatan, maupun benda yang lain (3) Bentuk abstrak, poligon, spiral, DSB yaitu logo kelompok ini memiliki elemen-elemen yang merupakan bentuk abstrak, bentuk geometri, spiral, busur, segitiga, bujursangkar, poligon, titik-titik, garis panah, gabungan bentuk-bentuk lengkung, dan bentuk ekspresi tiga dimensi.(4) Simbol,nomor, dan elemen lain yaitu bentuk-bentuk yang sudah dikenal untuk menggambarkan sesuatu seperti hati, tanda silang, tanda plus, tanda petir, tanda notasi musik,dan lain-lain. (Kusrianto, 2007:240)

Adapun fungsi dan peranan logo adalah sebagai berikut:

(1) Fungsi identitas. Melalui sebuah logo khalayak dapat mengidentifikasi perusahaan tersebut bergerak dibidang apa serta jasa apa yang dihasilkan. (2) Fungsi pembeda. Logo dapat membedakan produk dan layanan yang diberikan satu dengan yang lainnya. (3) Fungsi komunikasi. Logo dapat berperan sebagai pemberi informasi yang tertuju pada keaslian, nilai dan kaulitas pada sebuah produk (4) Memberikan nilai tambah produk yang memiliki merek atau logo akan lebih dikenal oleh khalayak dan lebih dihargai keberadaanya (5) Merupakan aset berharga, jika prodek tersebut telah dikenal oleh negara-negara lain. Maka suatu merek akan dihargai dengan waralaba (6) Mempunyai kekuatan hukum. Logo yang telah diregristarasi dapat dijadikan jaminan kualitas produk yang dilindungi undang-undang. (Murphy dan Rowe, 2004:8)

Picture Mark and Letter Mark

Per Mollerup adalah yang pertama kali memunculkan istilah *Picture Mark* dan *Letter Mark* sebagai elemen gambar dan elemen tulisan dalam sebuah logo (Rustan 2009:21).

Meskipun demikian istilah tersebut tidak dapat digunakan secara sempit, *picture mark*, belum tentu

hanya berupa gambar saja, demikian juga sebaliknya, logo pun bisa juga dapat mengandung gambar diantara *lettermark*-nya, Per Mollerup mendasari klasifikasinya dari sudut semiotik, logo dianggap sebagai sign, sehingga logo tidak hanya dilihat dari segi penampilan fisiknya namun juga dari segi maknanya. (Rustan 2009:21). Contoh di gambar 1 adalah logo kaskus baru yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari *picture mark* dan juga *letter mark*:



Gambar 1 Logo Kaskus Baru

Sumber: Kaskus.co.id

Corporate Identity

Corporate Identity merupakan identitas yang membedakan antara satu perusahaan dengan perusahaan lainnya, dan bisa juga berfungsi sebagai penanaman citra atau image yang bisa menjadikan sebagai daya tarik. Identitas perusahaan berdasarkan filosofi organisasi terwujud dalam budaya perusahaan yang

berbeda. Identitas mencerminkan kepribadian sebuah perusahaan dan dari sinilah branding perusahaan tercipta. van Riel dan Balmer (1997:340-341) menyebutkan bahwa ada 3 paradigma konsep *corporate identity* yaitu *graphic design*, *integrated communication*, dan *interdisciplinary*. Balmer menambahkan bahwa *corporate identity* merupakan *mix of elements which gives organisations their distinctiveness: the foundation of business identities* (Balmer, 2001:254). Sehingga dapat dikatakan bahwa identitas adalah yang membawa perbedaan dari organisasi ataupun institusi lainnya.

Corporate Identity memiliki elemen-elemen yang sangat penting yaitu *culture (with staff seen to have an affinity to multiple forms of identity), strategy, structure, history, business activities and market scope* (Balmer, 2001:254). Hal inilah yang membuat sebuah logo sangat penting dalam membentuk

sebuah identitas korporasi yang pada akhirnya berujung pada reputasi perusahaan.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian semiotik PT Darta Media Indonesia (KASKUS) ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode berasal dari kata *methods* (Yunani) yang dimaksud adalah suatu cara atau menuju suatu jalan. Metode merupakan kegiatan ilmiah yang berkaitan dengan suatu cara kerja (sistematis) untuk memahami suatu objek penelitian, sebagai upaya untuk menemukan jawaban yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah termasuk keabsahannya. (Ruslan, 2006:24). Metodologi ialah proses, prinsip, dan prosedur yang digunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban. Dengan kata lain, metodologi adalah suatu pendekatan umum untuk mengkaji topik penelitian (Mulyana, 2001:145).

Metode kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang

mengandung makna. Makna adalah kata yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak. Bogdan dan Taylor (1975:5) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati

Sebagai penelitian, Penelitian kualitatif memiliki karakteristik yaitu sebagai (Danim, 2002:34 dalam Ardianto, 2010:59):

(a) ilmu-ilmu lunak, (b) fokus penelitian: kompleks dan luas, (c) holistik dan menyeluruh, (d) subjektif dan perspektif emik, (e) penalaran: dialiktik-induktif, (f) basis pengetahuan : makna dan temuan, (g) mengembangkan/membangun teori, (h) sumbangsih tafsiran, (i) komunikasi dan observasi, (j) elemen dasar analisis: kata-kata, (k) interpretasi individu, (l) keunikan Pendekatan kualitatif menekankan pada pemahaman dari dalam (*verstehen*), penalaran, definisi suatu situasi tertentu (dalam konteks tertentu), lebih banyak meneliti hal-hal yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari.

Penelitian bersifat kualitatif berdasarkan ciri-ciri berikut:

(Mulyana, 2001:158)

- (1) Memiliki minat teoretis pada proses interpretasi manusia.
- (2) Memfokuskan perhatian pada studi tindakan manusia dan artefak yang tersituasikan secara sosial.
- (3) Menggunakan manusia sebagai instrumen penelitian utama.
- (4) Mengandalkan terutama bentuk- bentuk naratif untuk mengkode data dan menulis teks untuk disajikan kepada khalayak.

Hasil akhir dari penelitian kualitatif, bukan sekedar menghasilkan data atau informasi yang sulit dicari melalui metode kuantitatif, tetapi juga harus mampu menghasilkan informasi-informasi bermakna, bahkan hipotesis atau ilmu baru yang dapat digunakan untuk membantu mengatasi masalah dan meningkatkan taraf hidup manusia. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif seperti yang diungkapkan Denis Mcquail (1987:183) bahwa karakteristik utama dari pendekatan semiotika bahwa semiotika merupakan suatu analisa yang bersifat kualitatif bukan

kuantitatif.

Paradigma Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruksivisme yang menurut Ardianto (2007: 154) merupakan salah satu filsafat pengetahuan yang menekankan bahwa pengetahuan kita adalah hasil konstruksi (bentukan) kita sendiri. Konstruktivisme berpendapat bahwa semesta secara epistemologi merupakan hasil konstruksi sosial. Pengetahuan manusia adalah konstruksi yang dibangun dari proses kognitif dengan interaksinya dengan dunia objek material. Pengalaman manusia terdiri dari interpretasi bermakna terhadap kenyataan dan bukan reproduksi kenyataan. Misi penelitian kualitatif dalam konstruktivisme bukan untuk memecahkan masalah ataupun membentuk teori melainkan membangun dan mengartikulasikan pemahaman secara kumulatif.

Semiotika

Penelitian ini menggunakan metode semiotika Peirce. Dalam Semiotik Peirce dan semiotik Saussure terdapat perbedaan jika

pada semiotik Saussure tanda lambang atau simbol didasarkan pada prasangka dari seseorang terhadap lambang tanda atau simbol tersebut maka Pierce tidak melihat hal tersebut. Seperti dikutip “*unlike Saussure he did not show any particular prejudice in favour of one or the other*” (Chandler, 1994). pada penelitian semiotika Peirce banyak mengacu pada paradigma konstruktivis.

Peirce mengembangkan seluruh klasifikasinya berdasarkan tiga kategori yaitu:

- (1) Kepertamaan (*firstness*) adalah mode berada (*mode of being*) bagaimana adanya, positif, dan tidak mengacu kepada sesuatu yang lain. Ia adalah kategori dari perasaan yang tak-refleksikan (*unreflected feeling*), semata-mata potensial, bebas, dan langsung; kualitas yang tak-terbedakan (*undifferentiated quality*) dan tak bergantung
- (2) Kekeduaan (*secondness*) mencakupi relasi pertama dengan yang kedua. Ia merupakan kategori perbandingan (*comparison*), faktisitas (*facticity*), tindakan, realitas, dan pengalaman dalam ruang dan waktu
- (3) Keketigaan (*thirdness*), menghantar yang kedua kedalam hubungannya

dengan yang ketiga, ia adalah kategori mediasi, kebiasaan (*habit*), ingatan, kontinuitas, sintesis, komunikasi (*semiosis*), representasi dan tanda-tanda. (Budiman 2011:76)

Kemudian Sobur menjabarkan dari ketiga kategori tersebut menjadi

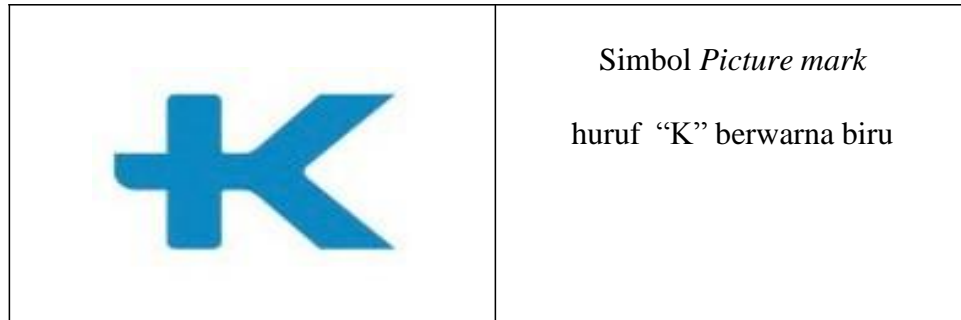
Kepertamaan (*firstness*) di bagi menjadi Qualisign, Sinsign, Legisign, adalah norma yang dikandung oleh tanda atau representament. Kekeduaan (*secondness*) bagi menjadi ikon, indeks, dan simbol, adalah norma yang dikandung dengan objek. Dan keketigaan (*thirdness*) di bagi menjadi *rhemes*, *dicisign*, dan *argument*, adalah norma yang dikandung oleh interpretant (Sobur, 2006:41-42).

Penelitian ini akan menggunakan pengkategorian simbol-simbol dalam logo Kaskus baru berdasarkan pengembangan kategori Peirce.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Simbol *Picture mark* huruf “K”

berwarna biru



Gambar 2

Simbol *Picture mark* huruf “K” pada logo KASKUS.CO.ID

	Representamen	Objek	Interpretan
Firstness Otonom	Gambar “K”	Gambar Huruf “K”	Gambar huruf “K” sebagai huruf “K”
Secondness Disambungkan dengan realitas	<i>Picture mark</i> huruf “K” sebagai huruf depan KASKUS	Merupakan huruf yang berasosiasi dengan KASKUS	Huruf “K” sebagai huruf depan KASKUS merupakan huruf yang berasosiasi dengan KASKUS

Thirdness Dihubungkan dengan aturan, konvensi, atau kode	<i>Picture mark</i> huruf “K” sebagai representasi KASKUS	Wujud dari inisial perusahaan KASKUS	Huruf “K” sebagai representasi KASKUS merupakan wujud dari inisial perusahaan KASKUS
---	--	--	--

Tabel 1

Simbol *Picture mark* huruf “K” berwarna biru pada
logo KASKUS dengan triadik C.S. Peirce

Pemakaian picture mark huruf “K” dimaknai sebagai inisial perusahaan yaitu KASKUS.CO.ID, selain itu inisial nama perusahaan dapat memudahkan masyarakat untuk mengenali logo perusahaan dengan mudah, masyarakat akan berfikir ketika melihat huruf “K” berwarna biru akan teringat dengan perusahaan bernama KASKUS. Dalam membentuk sebuah brand, logo merupakan sebuah benda fisik yang dapat dilihat, sedangkan brand mencakup seluruhnya oleh karena itu KASKUS menggunakan logo sebagai wajah perusahaan dan huruf “K” berwarna biru sebagai inisial perusahaan agar memudahkan masyarakat untuk mengenali logo KASKUS.

“Seumpamanya manusia,
logo adalah wajahnya,

identitas adalah penampilan fisiknya, termasuk logo perusahaan, komunikasi dan perilakunya, nrand adalah keseluruhan manusia itu dan jiwa raganya otomatis logo juga, *brand* merupakan rangkuman nilai-nilai esensial dari entitas”²

Apabila dilihat secara visual logo, logo baru KASKUS dalam klasifikasi bentuk sebuah logo termasuk kedalam Typographic logo, typographic logo adalah logo yang mendekati bentuk huruf yang sudah baku dan nama entitas mudah dibaca. Typographic logo biasanya mencitrakan perusahaan perusahaan yang bergerak dalam bidang teknologi.

² Wawancara dengan Triangulator, Ilham Akbar, Dosen DKV ITENAS & Creative Director Musce Studio, di Gedung Spasial, Bandung, Tanggal 23 Oktober 2015

Simbol Picture mark Huruf “K”
berwarna biru diputar 90° ke
kanan



Gambar 3 Simbol picture mark
huruf “K” berwarna biru diputar 90°
ke kanan

Kategori	Trikotomi	Representamen	Objek	Interpretan
Firstness Otonom		Huruf Kanji	Huruf Kanji Dai	Huruf kanji Dai dalam bahasa Indonesia memiliki arti “Besar”
Secondness Disambungkan dengan realitas		<i>Picture mark</i> huruf Kanji Dai	Gambar Kanji Dai yang dalam bahasa Indonesia memiliki arti besar	Gambar huruf kanji Dai yang dalam bahasa Indonesia memiliki arti “Besar”
Thirdness Dihubungkan dengan aturan, konvensi, atau kode		<i>Picture mark</i> huruf Kanji Dai pada logo KASKUS	Gambar kanji Dai yang dalam bahasa Indonesia memiliki arti besar berasosiasi dengan visi KASKUS	Huruf kanji Dai berasosiasi dengan visi KASKUS yaitu forum internet terbesar di Indonesia

Tabel 2

Simbol *picture mark* huruf “K” berwarna biru
diputar 90° ke kanan dengan triadik C.S. Peirce

Simbol utama lainnya yang terkandung di dalam logo baru KASKUS ini adalah simbol picture mark huruf “K” berwarna biru diputar 90° ke kanan. Simbol ini merupakan salah satu fokus utama pada logo baru KASKUS ini. Saat melihat logo KASKUS mungkin sekilas pembaca tidak akan menemukan simbol ini, namun apabila dilihat dengan seksama, pada simbol picture mark huruf “K” berwarna biru apabila diputar 90° ke kanan akan menemukan sebuah simbol yang berasosiasi dengan huruf Kanji Jepang, hal ini peneliti menyebutnya dengan istilah subliminal message yaitu pesan yang akan diterima apabila dimaknai lebih dalam. Simbol picture mark huruf “K” berwarna biru apabila diputar 90° ke kanan berasosiasi dengan huruf Kanji Jepang “Dai” huruf kanji tersebut dalam bahasa Indonesia memiliki arti “Besar”.

Simbol picture mark huruf “K” berwarna biru apabila diputar 90° ke kanan pada logo KASKUS merupakan sebuah gambar huruf kanji Dai yang dalam bahasa Indonesia memiliki arti Besar. Dalam kenyataannya Picture mark huruf

kanji Dai pada logo KASKUS merupakan sebuah makna dari nilai perusahaan KASKUS yaitu sebuah forum internet terbesar di Indonesia. Makna pada simbol tersebut merupakan subliminal message yaitu sebuah pesan yang diterima oleh alam bawah sadar manusia, dalam dunia desain, subliminal message tidak dapat ditangkap oleh alam sadar kita, tetapi dalam beberapa situasi dapat mempengaruhi alam bawah sadar manusia untuk menciptakan sebuah aksi atau sikap seseorang, pesan pesan sengaja dibuat tidak

terlalu jelas atau tidak kita sadari pada saat pertama kali melihatnya.

“dalam dunia desain, subliminal message tidak dapat ditangkap oleh alam sadar kita, tetapi dalam beberapa situasi dapat mempengaruhi alam bawah sadar manusia untuk menciptakan sebuah aksi atau sikap seseorang, pesan pesan sengaja dibuat tidak terlalu jelas atau tidak kita sadari pada saat pertama kali melihatnya, saya sendiri sebagai desainer tidak terlalu mementingkan sebuah subliminal message, soalnya ketika saya membuat sebuah desain melakukan sebuah riset terlebih dahulu, apabila riset yang saya lakukan tidak memerlukan sebuah

subliminal message makan saya rasa tidak perlu membuatnya, pada logo KASKUS ini terlihat sebuah kesengajaan pembuat untuk memasukan simbol-simbol yang tidak disadari ketika pertama kali melihatnya, namun pasti ada makna dibalik simbol tersebut”³

Melihat hubungan antara representamen dan objek yang telah dijabarkan sebelumnya, maka Simbol picture mark huruf “K” berwarna biru apabila diputar 90° ke kanan pada logo KASKUS merupakan representasi dari sebuah nilai perusahaan KASKUS yaitu forum internet terbesar di Indonesia. Interpretasi ini juga telah disetujui oleh triangulator penelitian ini.

“Ada sebuah makna yang tersirat dari simbol kanji Dai pada logo KASKUS, bisa jadi arti “besar” pada huruf kanji tersebut merupakan representasi dari KASKUS yang merupakan sebuah forum Internet terbesar di Indonesia”³

³ Wawancara dengan Triangulator, Ilham Akbar, Dosen DKV ITENAS & Creative Director Musce Studio, di Gedung Spasial, Bandung, Tanggal 23 Oktober 2015

Simbol letter mark KASKUS



Gambar 4 Simbol Letter mark pada logo KASKUS.CO.ID

Trikotomi Kategori	Representamen	Objek	Interpretan
Firstness Otonom	KASKUS	Tipografi nama KASKUS	KASKUS merupakan tipografi dari nama perusahaan KASKUS.CO.ID
Secondness Disambungkan dengan realitas	Nama brand KASKUS	Logo type yang berasosiasi dengan KASKUS.CO.ID	Nama brand KASKUS merupakan logo type yang berasosiasi dengan KASKUS.CO.ID
Thirdness Dihubungkan dengan aturan, konvensi, atau kode	Corporate Culture KASKUS	Corporate Identity KASKUS.CO.ID	Corporate Culture KASKUS yang merupakan bagian dari Corporate Identity KASKUS.CO.ID

Tabel 3

Simbol *Letter mark* KASKUS dengan triadik C.S. Peirce

Letter mark KASKUS merupakan singkatan dari Kasak Kusuk yang merupakan nama asli dari perusahaan KASKUS.CO.ID, singkatan ini digunakan agar masyarakat dapat lebih mudah mengingat nama perusahaan, dibandingkan dengan nama Kasak Kusuk, terbukti nama KASKUS saat ini lebih populer dibandingkan dengan Kasak Kusuk yang sangat jarang di dengar oleh telinga masyarakat Indonesia. Definisi Kasak Kusuk sendiri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah mempengaruhi orang lain secara sembunyi-sembunyi (tidak terang terangan) dengan tujuan tertentu (biasanya disampaikan dengan suara berbisik).

Jenis font yang digunakan pada simbol Letter mark KASKUS ini adalah jenis huruf Arian Std Heavy Font, huruf kapital (Upper Case). Logo KASKUS ini merupakan jenis Logo-type yang merupakan logo yang terdiri dari huruf-huruf, berbeda dengan jenis logo yang bergambar.

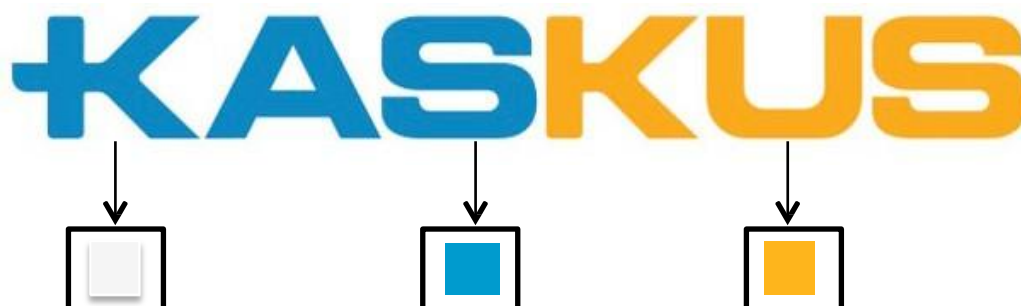
“Logo KASKUS ini merupakan jenis dari Logo-Type yaitu pembuatan logo dengan menggunakan teknik lettering atau menggunakan

jenis huruf tertentu, jadi berupa pengolahan dari elemen tulisan, pada logo ini harus melakukan riset untuk mencari tahu jenis font apa yang digunakan, Namun yang saya lihat tipografinya terlihat lebih dinamis dan modern.”⁴

Selain tipografi, dalam simbol Letter mark KASKUS juga menjadi sebuah singkatan dari nama awal perusahaan yaitu KASAK KUSUK, yang disingkat menjadi KASKUS, penyingkatan nama digunakan agar masyarakat lebih mudah untuk mengingat nama perusahaan.

⁴ Wawancara dengan Triangulator, Ilham Akbar, Dosen DKV ITENAS & Creative Director Musce Studio, di Gedung Spasial, Bandung, Tanggal 23 Oktober 2015

Simbol Warna (Putih, Biru, dan Orange)



Gambar 5: Warna-warna yang digunakan pada logo

Trikotomi Kategori	Representamen	Objek	Interpretan
Firstness Otonom	Biru	Tenang	Tenang, Kepercayaan, harmoni, manusia, kebenaran
Secondness Disambungkan dengan realitas	Warna corporate colour Biru	Kesatuan	Dimetaforakan sebagai lambang kemanusiaan dan kepercayaan sehingga memunculkan harmoni dalam kehidupan
Thirdness Dihubungkan dengan aturan, konvensi, atau kode	Warna corporate identity biru	Tenang	Warna yang menggambarkan sebuah harmoni dalam kehidupan sehingga KASKUS dapat terus menjadi komunitas yang setia, akrab, dan selalu memfasilitasi solidaritas di

Tabel 4

Simbol Warna biru dengan triadik C.S. Peirce

Warna biru pada logo yang digunakan pada huruf KAS mencerminkan makna kemampuan KASKUS yang dapat memfasilitasi para karyawan KASKUS yang produktif menjadikan KASKUS.CO.ID sebuah perusahaan yang terpercaya dalam bidang teknologi. Dan juga melambangkan

semangat inovasi yang harus dilakukan dalam membrikan nilai tambah kepada stakeholders dan juga sebagai media yang mampu bijaksana dalam menanggapi pendapat Kaskuser sesuai dengan idealisme.

	Representamen	Objek	Interpretan
Firstness Otonom	Orange	Hangat	Keseimbangan,kesenangan, antusiasme
Secondness Disambungkan dengan realitas	Warna corporate colour orange	Keberanian	Dimetaforkan sebagai antusiasme, emosi serta keseimbangan sehingga menciptakan energi yang positif

Thirdness Dihubungkan dengan aturan, konvensi, atau kode	Warna corporate identity orange	Hangat	Warna yang menggambarkan sebuah energi positif, menjadikan KASKUS sebuah komunitas yang bisa membantu kaskuser untuk mengembangkan diri melalui interaksi dan saling memberi nilai tambah sehingga mendapatkan banyak informasi dan tren
---	------------------------------------	--------	--

Tabel 5

Simbol Warna *Orange* dengan triadik C.S. Peirce

Warna orange pada logo yang digunakan pada huruf KUS mencerminkan makna bahwa KASKUS ingin memberikan kebahagiaan dan energi kepada Kaskuser sehingga KASKUS menjadi sebuah Forum komunitas

yang menonjol di Indonesia, selain itu warna orange memiliki makna kemampuan pada karyawan KASKUS.CO.ID untuk memberikan pelayanan prima untuk kemajuan internal perusahaan dan eksternal.

	Representamen	Objek	Interpretan
Firstness Otonom	Putih	Bersih	Suci, bersih, aman, harapan

<i>Secondness</i> Disambungkan dengan realitas	Warna corporate colour putih	Kesempurnaan	Dimetaforakan sebagai penghormatan dan sikap netral sehingga menciptakan kesan bersih dan suci dalam berkepribadian
<i>Thirdness</i> Dihubungkan dengan aturan, konvensi, atau kode	Warna corporate identity putih	Netral	Warna yang menggambarkan kesucian sebagai aplikasi dari keinginan KASKUS menjadi tempat yang terbuka dimana semua orang dapat menunjukkan jati diri mereka, ikut mengkampanyekan budaya bertutur kata positif, sehingga menjadi

Tabel 6
Simbol Warna Putih dengan triadik C.S. Peirce

Warna putih pada logo yang dipakai pada background logo memiliki makna sebagai lambang kesucian dan kebenaran dalam segala tindakan agar terciptanya kedamaian pada forum KASKUS yang biasanya terdapat hal yang mengandung unsur SARA maupun hal yang tidak diinginkan lainnya.

Komposisi



Logo KASKUS dibuat terpisah diantara huruf dengan tipe Bold, berbeda dengan logo sebelumnya huruf dibuat bersambung dengan menghilangkan gradasi warna dan outline huruf

Gambar 6: Komposisi logo KASKUS

Komposisi pada sebuah logo memiliki makna bagi perusahaan tersebut. Selain melihat dari faktor estetika, umumnya komposisi pada logo dibuat dengan mempertimbangkan faktor nilai-nilai atau makna yang terkandung didalamnya. Apabila dibandingkan dengan logo sebelumnya, tidak terlihat banyak perubahan pada logo baru, perbedaannya pada logo lama tulisan KASKUS dibuat menyambung, memberikan gradasi warna pada logonya dan juga menggunakan outline pada

pewarnaan Lattermark logo.

Logo baru KASKUS.CO.ID dibuat kearah kanan yang memiliki makna bahwa KASKUS menuju ke arah yang lebih baik dengan melakukan banyak inovasi dalam fitur fiturnya sehingga makna perubahan kearah yang lebih baik tersebut tertuang dalam logo baru KASKUS.CO.ID.

Tulisan KAKSUS dibuat terpisah dengan memiliki jarak diantara hurufnya, berbeda dengan logo sebelumnya dengan huruf KASKUS yang menyambung diantara

hurufnya, perubahan ini menurut peneliti memiliki makna keberanian. Selanjutnya tulisan pada logo KASKUS dibuat bold dengan penuh dan tegak, berbeda dengan logo sebelumnya yang menggunakan warna pada outline tulisan KASKUS sehingga tulisan terkesan kosong dikarenakan warna hanya terdapat pada sisi luar huruf, perubahan ini memiliki makna bahwa KASKUS.CO.ID dengan tegas menyempurnakan perusahaannya dengan berani melakukan inovasi-inovasi kearah yang lebih baik, selain itu bold juga memiliki makna fokus dan menonjol dalam arti KASKUS ingin tetap menjadi The Largest Indonesia Community. Komposisi lainnya terlihat pada perbedaan warna pada huruf KAS dan KUS, huruf KAS diberi warna biru sedangkan huruf KUS diberi warna orange. Komposisi ini memiliki makna keadilan dan keseimbangan dalam menanamkan nilai dan visi misi perusahaan, tiga huruf KAS diberi warna orange dan tiga huruf KUS diberi warna orange sehingga memberikan makna keadilan dan keseimbangan, warna biru dan orange sendiri adalah

identitas perusahaan KASKUS yang tetap dipertahankan oleh KASKUS dari awal perusahaan berdiri.

Simbol picture mark, letter mark, warna, dan komposisi dalam logo baru PT.Darta Media Indonesia (KASKUS.CO.ID) yang merepresentasikan makna kesempurnaan, kesatuan dan keberanian mengkonstruksi corporate identity.

Hasil dari makna simbol-simbol yang terkandung di dalam logo baru PT. Darta Media Indonesia (KASKUS.CO.ID) yang telah di paparkan diatas, maka peneliti dapat melihat makna dari simbol-simbol pada logo yang terkonstruksi dalam mengkomunikasikan corporate identity dalam bentuk logo perusahaan. Hasil konstruksi dari simbol Picture mark huruf “K” pada logo KASKUS, Picture mark huruf “K” pada logo KASKUS diputar 90° ke kanan, Letter mark KASKUS, Warna Biru, Warna Orange, Warna Putih dan komposisi logo ini merupakan pesan utama yang divisualisasi melalui sebuah logo perusahaan.

Dari analisis menggunakan semiotika Peirce, maka dapat dilihat bahwa Mengenai logo, KASKUS memiliki tiga filosofi sebagai landasan mereka. Yaitu Perfection (Kesempurnaan), yang secara singkat mendeskripsikan perjuangan Kaskus yang berjalan dengan pasti menuju penyempurnaan demi memanjakan para penggunanya. Selanjutnya ialah Unity (Kesatuan), dengan filosofi ini Kaskus optimis menjangkau dan menjadi wadah seluruh lapisan masyarakat Indonesia dengan berbagai informasi dan kategori yang ditawarkan. Yang terakhir adalah Courage (Keberanian), bahwa setiap pengguna dapat menjunjung “freedom of speech” seperti yang terus digalakkan Kaskus sedari dulu bahwa seseorang bisa mengemukakan argumen mereka, tentunya tanpa melewati batasan norma-norma di masyarakat.

Fokus dalam filosofi logo baru KASKUS ini adalah keberadaan Kaskuser merupakan inti dari eksistensi KASKUS, sehingga KASKUS akan fokus dalam mengedepankan kenyamanan dan kemudahan Kaskuser. Kaskuser sebagai pengguna KASKUS tidak

luput memperhatikan perubahan logo yang dilakukan oleh KASKUS.CO.ID seperti yang dirasakan oleh Kaskuser dengan ID Kodokbiru yang setuju dengan perubahan logo KASKUS karena seiring perkembangan waktu pasti ada perubahan yang dilakukan KASKUS agar lebih baik lagi.

Peneliti melihat logo PT. Darta Media Indonesia (KASKUS.CO.ID) telah mewakili nilai perusahaan yaitu Kesatuan, Kesempurnaan dan Keberanian. Simbol-simbol pada logo yang mewakili Kesatuan yaitu Picture mark Huruf K pada logo KASKUS.CO.ID diputar 90° ke kanan yang mewakili kesatuan KASKUS menjadi komunitas online terbesar di Indonesia dengan jumlah Kaskuser yang lebih besar lagi kedepannya, dan juga warna Biru pada logo KASKUS yang memiliki makna warna yang menggambarkan sebuah kesatuan dan harmoni dalam kehidupan sehingga KASKUS dapat terus menjadi komunitas yang setia, akrab, dan selalu memfasilitasi solidaritas di antara para Kaskuser, begitu pula dengan perubahan komposisi pada logo KASKUS yang

baru dengan logo lama, pada logo lama logo terlihat kosong karena logo dibuat dengan pewarnaan hanya pada outline nya saja, sedangkan logo baru menggunakan tipe bold, simbol tersebut mewakili sebuah kesatuan, KASKUS yang sebelumnya merupakan forum internet dengan pengguna yang masih sedikit, sekarang bertransformasi menjadi forum yang berisikan berbagai lapisan masyarakat yang bersatu mendiskusikan berbagai macam hal di dalam forum KASKUS.

Simbol-simbol yang mewakili keberanian dapat dilihat pada warna orange pada logo KASKUS orange di simbolkan sebagai warna yang menggambarkan sebuah keberanian dan energi positif, yang menjadikan KASKUS sebuah komunitas yang bisa membantu kaskuser untuk mengembangkan diri melalui interaksi dan saling memberi nilai tambah sehingga mendapatkan banyak informasi dan tren terbaru namun juga menyenangkan, dan juga keberanian Kaskuser untuk menunjukkan jati dirinya, selanjutnya tipe logo yang dibuat bold, dan huruf logo yang memiliki jarak atau

terpisah antar hurufnya, berbeda dengan logo lama yang dibuat menyambung diantara hurufnya, perubahan ini memiliki makna keberanian dikarenakan huruf yang dibuat bold memiliki kesan tegas dan berani. Kesempurnaan menjadi nilai perusahaan yang juga ditambahkan oleh KASKUS, simbol-simbol kesempurnaan terdapat pada warna putih yang terdapat pada logo KASKUS yang memiliki arti sebagai warna yang menggambarkan kesempurnaan dan kesucian sebagai aplikasi dari keinginan KASKUS menjadi tempat yang terbuka dimana semua orang dapat menunjukkan jati diri mereka, ikut mengkampanyekan budaya bertutur kata positif, sehingga menjadi komunitas yang bisa dibanggakan oleh Kaskuser, selain itu sebagai sebuah media dalam

berkomunikasi, KASKUS bersikap netral dalam menghadapi sebuah isu yang diberitakan oleh para Kaskusernya, selain itu komposisi pada letter mark KASKUS yang sebelumnya terkesan terbuka dikarenakan oleh teknik pewarnaan outline, pada logo baru disempurnakan dengan warna biru

dan orange yang mengisi keterbukaan warna logo tersebut, simbol ini memiliki makna KASKUS yang sebelumnya merupakan forum internet biasa, sekarang telah menyempurnakan dirinya dengan bertransformasi menjadi forum Internet terbesar di Indonesia.

SIMPULAN

1. Simbol-simbol yang terdapat pada logo baru PT. Darta Media Indonesia (KASKUS.CO.ID) terbagi menjadi empat kategori, yaitu Picture mark, Letter mark, Warna, dan Komposisi. Dari unsur tersebut dapat diambil simbol-simbol utama, yaitu Picture mark huruf “K” berwarna biru pada logo KASKUS, Picture mark huruf “K” pada logo KASKUS diputar 90° ke kanan, Letter mark KASKUS, Warna Biru, Warna Orange, Warna Putih dan komposisi logo ke arah kanan, tipe font bold dan huruf pembentuk logo dibuat terpisah. Simbol tersebut terkonstruksi dan melahirkan sebuah makna yang dibentuk oleh pembacanya.
2. Simbol-simbol pada logo terbagi

dalam lima Simbol yang masing-masing kategori mempunyai makna. Simbol pertama “Picturemark huruf ‘K’ berwarna biru” menurut analisis peneliti “Picturemark huruf ‘K’ berwarna biru” mempunyai makna “Huruf ‘K’ sebagai representasi KASKUS merupakan wujud dari inisial perusahaan KASKUS agar lebih mudah di ingat oleh masyarakat”. Pada simbol kedua yaitu “Simbol picture mark huruf ‘K’ berwarna biru diputar 90° ke kanan” menurut peneliti mempunyai makna “Huruf kanji Dai berasosiasi dengan visi KASKUS yaitu forum internet terbesar di Indonesia”. Pada simbol ketiga yaitu “Simbol letter mark KASKUS” menurut peneliti mempunyai makna Corporate Culture KASKUS yang merupakan bagian dari Corporate Identity KASKUS.CO.ID. Pada simbol keempat yaitu simbol warna, terdapat tiga warna biru, orange dan putih. menurut peneliti “Simbol warna biru” memiliki makna “Warna yang menggambarkan sebuah harmoni

dalam kehidupan sehingga KASKUS dapat terus menjadi komunitas yang setia, akrab, dan selalu memfasilitasi solidaritas di antara para Kaskuser”. Menurut peneliti “Simbol warna orange” memiliki makna “Warna yang menggambarkan sebuah energi positif, menjadikan KASKUS sebuah komunitas yang bisa membantu kaskuser untuk mengembangkan diri melalui interaksi dan saling memberi nilai tambah sehingga mendapatkan banyak informasi dan tren terbaru namun juga menyenangkan”. menurut peneliti “Simbol warna putih” memiliki makna “Warna yang menggambarkan kesucian sebagai aplikasi dari keinginan KASKUS menjadi tempat yang terbuka dimana semua orang dapat menunjukkan jati diri mereka, ikut mengkampanyekan budaya bertutur kata positif, sehingga menjadi komunitas yang bisa dibanggakan oleh Kaskuser.” Pada simbol ke lima yaitu “Komposisi” menurut peneliti memiliki makna komposisi yang terdapat pada

logo baru KASKUS, tampilan logo dibuat kearah kanan, tidak lepas dari kaidah prinsip yang dipegang kebanyakan orang Indonesia yaitu kanan menunjukkan kebaikan, kekiri menunjukkan keburukan. Artinya KASKUS.CO.ID ingin perusahaannya bergerak dinamis menuju kearah yang lebih baik. Pada penempatan warna, logo baru KASKUS tetap menggunakan warna corporate identity nya yaitu kolaborasi warna biru dan orange pada logonya dengan menggunakan warna putih sebagai latar belakang logo, pada prinsip keseimbangan logo memiliki penempatan warna yang berimbang, hanya warna putih ditempatkan sebagai background. Logo baru KASKUS dibuat dengan gaya tulisan bold atau tebal dan huruf penyusun logo diberi jarak sehingga memberikan kesan kuat dan tegas.

3. Perubahan logo KASKUS.CO.ID terdahulu menjadi logo KASKUS.CO.ID yang baru mengisyaratkan ada perubahan

dari dalam internal perusahaan yang ingin di tujukan kepada masyarakat. Logo baru KASKUS.CO.ID sebagai corporate identity menunjukan bahwa ada nilai perusahaan baru yang ingin di tambahkan, yaitu Kesatuan, Kesempurnaan, dan Keberanian. Nilai Kesempurnaan, Kesatuan dan Keberanian yang ingin ditanamkan oleh KASKUS ini memiliki filosofi yang pertama Kesempurnaan dimana KASKUS ingin menyempurnakan situsnya, kedua Kesatuan dimana KASKUS dibangun oleh komunitas penggunanya sendiri dan Keberanian dimana KASKUS merupakan forum untuk mengungkapkan ide di dunia nyata. Dengan perubahan logo ini KASKUS ingin meningkatkan value yang sudah ada untuk Kaskuser secara lebih besar lagi. Sebagai fungsi komunikasi visual, visi dan misi perusahaan tertuang dalam simbol-simbol yang terdapat pada logo.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro. 2010 *Metode Penelitian untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Balmer, John M.T. 2001. *Corporate Identity, corporate branding and corporate marketing; seeing through the fog*. European Journal of Marketing. Vol. 35 No. 3/4, 2001. Pp 248-291
- Bogdan, R.C., and Taylor, S.J., 1975, *Introduction to Qualitative Research Methods*. New York: John Willey and Sons
- Budiman, Kris. 2011. *Semiotika Visual: Konsep, Isu, dan Problem Ikonisitas*. Yogyakarta: Jalasutra.
- Chandler, Daniel. 1994. *Semiotics for Beginners. Paradigms and Syntagms*
- Kusrianto, Adi. 2007. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI.
- McQuail, Denis, 1987, *Teori Komunikasi Massa*, Erlangga, Jakarta
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Murphy John, Rowe. 2004. *How to Design Trademarks and Logos*. Ohio: North Light Book.
- Rustan, Surianto. 2009. *"Mendesain Logo"*. Jakarta: PT Gramedia
- Sobur, Alex. 2006. *Semiotika Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.

Van Riel, Cees B.M; Balmer,
John M.T. 1997. *Corporate
Identity: the concept, its
measurement and
management*. European
Journal of Marketing
Vol.31, No. 5/6. 1997. Pp
340-355. MCVB
University Press.